

facebook

1



Mode d'Emploi

Faites décoller votre business sur Internet !



Licence

L'auteur s'est efforcé d'être aussi précis et complet que possible lors de la création de cet ouvrage, malgré ceci, il ne peut en aucun cas garantir ou représenter l'exactitude de son contenu dû à l'évolution et à la mutation rapide et constante d'Internet.

Bien que tout ait été fait afin de vérifier ces informations, l'auteur n'assume aucune responsabilité concernant des erreurs, des omissions, d'une mauvaise interprétation du sujet développé. Toutes formes d'offenses éventuellement ressenties par des personnes, peuples ou organisations seraient purement involontaires.

Comme dans tous les livres pratiques de conseil, aucune garantie de revenu ne peut être faite. Les lecteurs sont avertis et doivent faire appel à leur propre jugement à propos de leurs propres capacités à agir en conséquence.

Ce livre n'est pas destiné à l'utilisation en tant que source légale en droits des affaires, comptable ou financier. Les lecteurs sont invités à faire appel à des services législatifs professionnels compétents dans ces différents domaines.

Copyright

Ce livre est protégé par copyright. Vous ne pouvez en aucun cas le modifier, le copier ou vous en inspirer. Toute reproduction même partielle est interdite.

Copyright Dépôt N° 00043618.

Vous pouvez diffuser ce rapport librement et GRATUITEMENT, à condition de pas le modifier ni de l'altérer.

Vous n'avez aucun droit de revente de ce rapport !

Si vous souhaitez diffuser ce rapport, nous vous proposons une version personnalisable que vous trouverez dans les outils du programme d'affiliation d'Édition Virale. L'inscription est gratuite : [Inscription Affiliation](#).

Pour toute question, , vous pouvez nous contacter à cette adresse : support@edition-virale.com.

L'équipe d'Édition Virale



Sommaire

Licence.....	2
Sommaire.....	3
Introduction.....	4
Facebook - l'histoire.....	6
Ajouter vos amis et construire votre réseau.....	13
Comment obtenir 500 amis en 30 jours ?.....	16



Introduction

Il ne peut y avoir aucun doute, Internet a sensiblement changé au cours de ces deux ou trois dernières années.

Un des changements les plus importants est certainement la croissance très rapide de « l'interactivité » des sites web.

Avec la prolifération des sites Web, des Blogs et des applications représentant le Web 2.0 et la croissance fulgurante des sites de gestion de réseaux sociaux tels que Facebook et MySpace, il apparaît évident que les personnes du Monde entier utilisent avant tout internet comme un moyen de communication de manière toujours croissante.

Comme on pouvait s'y attendre, le monde des entreprises a rapidement commencé à comprendre et à identifier le potentiel de ces phénomènes sociaux pour augmenter leurs bases de clients. Il y a environ 18 mois, la plupart des sites Web des grandes entreprises étaient purement informationnels, nombreux sont ceux qui aujourd'hui offrent un niveau bien plus important d'interactivité aux clients et aux visiteurs.

De ce fait, de plus en plus de sites de grandes entreprises proposent à leurs clients une « aide » ou un service permanent de « messagerie instantanée » en ligne qui gagnent tous les jours en popularité. Des sondages et la possibilité de laisser des commentaires mis à dispositions des visiteurs gagnent également de plus en plus de popularité et permettent un retour d'information beaucoup plus rapide.

Auparavant, de tels dispositifs étaient pratiquement inconnus de ces sites. Il y avait peu de choses qui encourageaient réellement la communication. Certains sites cachaient même la possibilité de les contacter au fond de leur page, visant l'endroit le plus isolé et le moins lu.

De la même manière, les entreprises ont rapidement commencé à apprécier les sites Web de gestion de réseaux sociaux qui disposent de plusieurs millions de membres différents du monde entier et qui pourraient représenter un marché potentiel très important pour leurs produits.

C'est pour cette raison qu'un site comme MySpace.com (qui comptait, en septembre 2007, 200 millions de titulaires) est devenu une plateforme publicitaire de plus en plus attrayante, sur laquelle ce sont rapidement rués les annonceurs.

Facebook est, cependant, passé en première position. MySpace a connu une recrudescence et comptait, début 2008, environ 230 millions d'adhérents. Début 2011, MySpace est mis en vent, mais il semblerait que personne ne se soit encore manifesté. Facebook, compte actuellement plus de 500 millions



À la Découverte du Marketing Communautaire

de membres actifs (source [Wikipédia](#)) et se développe actuellement à une vitesse phénoménale, en France, on comptait environ 1 million de membre en 2007, aujourd'hui les Français seraient plus de 20 millions à avoir un compte Facebook et il y aurait pas loin de 12.000 nouvelles inscriptions par jour (source [Mashable France](#)). Mais MySpace, apparu en août 2003, reste néanmoins le père des réseaux sociaux.

Pour toutes ces raisons, la publicité devient rapidement un sujet de discussion important entre les propriétaires, les modérateurs et les membres de la Communauté Facebook. Le but de ce livre est donc d'étudier dans les détails comment le site Facebook et la communauté évoluent, et comment la publicité et les activités promotionnelles sont insérables dans ce modèle d'expansion et de développement.

Peut-être le plus important de tout, je vais vous montrer en détail la manière dont vous pourrez potentiellement utiliser Facebook dans le cadre du développement et de la promotion de vos produits et services.

Une dernière chose qu'il me faut souligner, la plupart des auteurs se référeront allègrement à des sites de réseautage social, comme s'ils étaient tous identiques, il existe de nombreuses différences. Celles-ci servent à établir une certaine démographie et les modalités d'utilisations de ces espaces, dans le but de développer vos activités, sont entièrement différentes d'un site à l'autre, comme vous allez pouvoir le découvrir.



Facebook – l’histoire

Facebook a été fondé début 2004 par un groupe d'étudiants de la fameuse Université d'Harvard. Facebook était au départ un service limité aux seuls étudiants de cette université.

De là, Facebook a rapidement ouvert ses portes à la plupart des universités des États-Unis, puis aux lycées et collèges.

Après, le site s'est ouvert à l'international en commençant par le Canada, l'Australie et le Royaume-Uni. Il permettait en fait toutes personnes ayant une adresse email universitaire ou éducative telle que .edu, .ac, .uk, etc. de pouvoir s'enregistrer, devenant ainsi un service essentiellement lié à l'enseignement.

Fin 2006, Facebook a finalement pris la décision de se défaire de cette étiquette et s'est ouvert au reste du monde permettant à quiconque, n'importe où dans le monde, de s'enregistrer et de participer à la communauté. Il faut souligner qu'une grande partie des utilisateurs de l'époque ont protesté contre cette décision.

En dépit de ce changement, Facebook conserve aujourd'hui encore une grande communauté éducative tout particulièrement aux États-Unis, presque tous les étudiants universitaires des USA ont des comptes sur Facebook.

Mais cette ouverture a provoqué un véritable déferlement sur Facebook.

Pour preuve, selon Wikipédia, Facebook, fin novembre 2007, a enregistré, plus que n'importe quel autre site de réseau social à travers le monde, le plus grand nombre de collégiens et d'étudiants, avec 55 millions d'utilisateurs. Deux mois plus tard, il atteignait 60 millions d'utilisateurs, dont plus de la moitié (c'est-à-dire, plus de 30 millions) participent activement à la communauté de Facebook au moins une fois par mois.

Il y a un an, le site enregistrait plus de 15.000 inscriptions par jour. Actuellement, le chiffre est d'environ 100.000 nouveaux utilisateurs par jour et environ 12.000 rien qu'en France.

D'après le Président fondateur de Facebook, Marc Zuckerberg, le taux d'inscription augmente de 3 % par semaine. Plus intéressant encore, Mark Zuckerberg annonce que la plus grande explosion démographique de la communauté Facebook a été enregistrée dans la tranche des plus de 25 ans. Ce qui pour lui confirme que la communauté est plus mature qu'au commencement et la sortie définitive de Facebook de son image de réseau de collégiens et de jeunes universitaires.



À la Découverte du Marketing Communautaire

Facebook totalise actuellement 70 milliards de pages vues par mois, et fait partie des quatre sites les plus visités des États unis, ayant tout récemment dépassé eBay, et arrive maintenant à approcher les volumes atteints par Google.

Il est clair que Facebook est un site et une communauté sociale qui apprécie des niveaux de croissance phénoménaux, alors qu'il ne s'agissait au fond qu'un concept relativement fermé et profondément spécialisé.

Ces nombres indiquent également clairement que Facebook représente un marché potentiellement énorme pour n'importe quelles entreprises ou organisations qui peuvent créer une forme de campagne publicitaire au sein de la communauté.

Les campagnes publicitaires peuvent-elles être efficaces sur Facebook ?

C'est une des questions auxquelles je tâcherai de répondre dans cet ouvrage.



À la Découverte du Marketing Communautaire

Une première vue d'ensemble de Facebook

Avant tout, il faut être enregistré et avoir un compte sur Facebook.

Voici le lien vers le site Facebook : <http://www.facebook.com/>

The screenshot shows the Facebook homepage with a blue header. On the left, it says "facebook" in white. To the right of the header are fields for "Nom d'utilisateur ou adresse e-mail" (containing "diderm@orange.fr") and "Mot de passe" (containing "*****"), with a "Connexion" button. Below the header, on the left, is a message: "Facebook vous permet de rester en contact et d'échanger avec les personnes qui vous entourent." Next to it is a world map with orange person icons connected by lines. On the right, under the heading "Inscription", it says "Le site est gratuit et ouvert à tous." Below this are registration fields: "Prénom", "Nom de famille", "votre adresse électronique", "Nouvel mot de passe", "le sexe" (with a dropdown menu), and "Date de naissance" (with "Jour", "Mois", and "Année" dropdowns). There is a link "Pourquoi dois-je fournir ces informations ?" and a green "Inscription" button. At the bottom, it says "Créer une Page pour une célébrité, un groupe de musique ou une entreprise." The footer contains language options (English (US), Français (France), etc.), copyright information (Facebook © 2009), and links (Connexion, À propos de, etc.).

Première constatation que l'on peut faire lorsque l'on arrive sur la page principale de Facebook, c'est que rien de ce qui se passe sur la communauté n'apparaît si vous n'êtes pas inscrits.

Il suffit de renseigner les différents champs, jusque là rien de très compliqué. Sur la page suivante, recopiez le code sécurité et validez.

Une fois votre compte créé, voici ce que vous découvrirez en vous connectant à votre espace Facebook :

The screenshot shows the Facebook interface after login. At the top is a navigation bar with "Profil", "Amis", "Boîte de réception", "Mentions", "Paramètres", and "Déconnexion". Below this is a progress bar with four steps: "Étape 1 Ajouter des amis", "Étape 2 Rechercher des amis", "Étape 3 Informations de profil", and "Étape 4 Définir la photo de profil". The main content area is titled "Ajouter des ami(e)s" and shows two suggestions. Each suggestion includes a profile picture placeholder, a name, and a button to "Ajouter un ami" or "Ignorer". At the bottom right, there is a link "Ignorer cette étape".



À la Découverte du Marketing Communautaire

Vous pouvez passer les quatre étapes qui suivent, car tout ce qui vous sera proposé est paramétrable par la suite. Cliquez sur « Ignorer cette étape » ou « Ignorer » dans les prochaines étapes jusqu'à ce que vous arriviez sur cette page :

Nous voici maintenant dans votre espace Facebook.

Les suggestions restent présentes afin d'ajouter et de rechercher des amis.

The screenshot shows the Facebook interface. At the top, there's a navigation bar with 'facebook' and links for 'Accueil', 'Profil', 'Amis', and 'Boîte de réception'. A search bar is on the right. The main content area is titled 'Bienvenue sur Facebook, Franziska.' and contains two primary suggestions: 'Retrouver les personnes que vous connaissez' (with a search input field) and 'Afficher et modifier votre profil' (with a pencil icon). The right sidebar, titled 'Communiquez avec vos amis', includes links to 'Invitez des amis à rejoindre Facebook' and 'Pour retrouver des amis ou des connaissances qui sont déjà sur Facebook, essayez l'outil de Recherche d'amis.' Below this is a 'Suggestions' section with four entries, each showing a profile picture and a name, with a link to 'Ajouter comme ami(e)'.

Je vous recommande néanmoins de compléter votre profil avant tout. C'est votre profil qui va vous permettre d'être trouvé par d'autres personnes.

Cliquez sur « afficher et modifier votre profil ».



À la Découverte du Marketing Communautaire

facebook Accueil Profil Amis Boîte de réception Paramètres Déconnexion

Mur Infos Photos +

Cliquez sur une section ci-dessous pour la modifier. Modification terminée

Informations générales

Sexe : Homme ☐ Homme ☐ Femme

☒ Indiquer mon sexe sur mon profil.

Date de naissance : 20 02 1979

Afficher ma date de naissance complète dans mon profil. ☐

Ville natale :

Quartier d'origine :

Membres de la famille : Sélectionnez le lien

Ajouter un autre lien de parenté

Situation amoureuse :

Intéressé(e) par : ☐ Hommes ☐ Femmes

Je recherche : ☐ Amitié ☐ Rencontres ☐ Une relation ☐ Réseau professionnel

Opinions politiques :

Religion :

Enregistrer les modifications Annuler

Informations

Date de naissance : 20 Février 1979

Amis

Aucun ami

Retrouver les personnes que je connais.

Créer un badge de profil

Facebook © 2009 Français (France) À propos de Publicité Développeurs Emplois Conditions Rechercher

Applications

Maintenant que votre compte est créé et confirmé, il s'agit de paramétrer votre profil. C'est assez simple à faire, mais certains points requièrent une attention particulière. Surtout si vous souhaitez utiliser Facebook pour développer vos activités.

Remplissez les différents champs avec soin. En tant que marketer, il sera important de bien choisir votre pseudo. La plupart des marketers utilisent simplement leur nom propre.

La communauté de Facebook ne s'intéresse pas réellement aux entreprises, mais plutôt à l'entrepreneur voire plus exactement la personne qui développe cette entreprise.

À chaque champ que vous remplissez, pensez aux clients potentiels, aux



À la Découverte du Marketing Communautaire

éventuels partenaires qui liront votre profil. Je ne le répéterais pas assez : rédigez cela soigneusement.

Votre profil doit être sympathique et très personnel, en d'autres termes, il doit vous ressembler. Répondez toujours aux questions qui vous sont posées de manière à vous apporter plus de crédibilité dans votre marché.

Vous pouvez ne pas trouver d'applications à ajouter à votre profil, ne vous inquiétez pas, il ne faudra pas longtemps avant que d'autres personnes ne vous invitent sur certaines d'entre elles. Une fois de plus, considérez ces applications avec précaution.

Notez que ces applications n'ont pas pour but de vous faire connaître, mais d'animer la communauté tout en produisant un certain revenu publicitaire à la société Facebook. N'en abusez pas, car certaines pourront vous décrédibiliser et une trop grande quantité pourrait même significativement ralentir le temps de chargement de votre page.

Au moment de choisir votre photo, assurez-vous de télécharger une photo de bonne qualité, sur laquelle vous êtes décontracté et paraissez humain sans pour autant trop paraître dans les affaires, de sorte que les gens puissent facilement s'identifier à vous.

Enfin, assurez-vous d'ajouter les adresses de vos sites Web pour montrer votre entreprise. En ce qui concerne votre URL principale, veillez à ce qu'elle amène les personnes vers une page sur laquelle ils obtiendront plus d'informations sur vous, votre expérience et toute autre information qui permettront de faire de vous un expert dans votre domaine.

Une fois que votre profil est terminé, vérifiez l'orthographe et la grammaire.

Vous pouvez tout naturellement vous inspirer de profils d'autres personnes, mais faites toujours en sorte que votre profil paraisse unique, qu'il vous corresponde et qu'il cible le public que vous souhaitez attirer.

Note importante :

Ceci concerne les coordonnées de votre profil. Vous devez prendre garde aux informations sensibles telles que votre adresse et votre numéro de téléphone.

À côté de chaque champ à remplir, vous trouverez un cadenas qui vous permet de paramétrer les accès à ces informations.

Regardez l'image ci-dessous :



À la Découverte du Marketing Communautaire

Cliquez sur une Modification terminée

Qui peut y accéder ?

Pseudonyme de messagerie instantanée

Seulement mes amis
Amis de mes amis
Seulement mes amis
Personne
Personnaliser...

Adresse électronique : Ajouter/supprimer des adresses électroniques

Pseudo(s) de messagerie instantanée : AIM

Ajouter un autre pseudonyme

Téléphone mobile : (inclure « + » et le code du pays, comme dans : +34-xxx-xxx-xxxx)

Téléphone fixe :

Adresse :

Ville :

Quartier :

Code postal :

Bien entendu, certaines informations sont plus sensibles que d'autres, mais utilisez ce paramétrage afin de vous assurer qu'elles ne seront pas accessibles à tous. Par défaut, Facebook considère que seuls vos amis peuvent voir ces informations. Vos amis sont des personnes que vous avez autorisées à voir votre profil soit à leur ou à votre demande.

Certaines applications peuvent faire sauter ce verrou, car en les acceptant elles vous afficheront une petite fenêtre d'avertissement vous indiquant qu'en acceptant cette application, vous autorisez les amis de vos amis à voir votre profil et vos messages !

En règle générale, n'acceptez pas les applications autres que des invitations à participer à des « groupes ». C'est une des applications qui peut vous faire connaître et vous permettre de créer de nouveaux contacts pour votre activité, toutes les autres, du moins la plupart, ne sont là que pour animer la communauté.

Voilà pour cette partie de paramétrage de votre profil, voyons maintenant comment ajouter vos premiers amis.



Ajouter vos amis et construire votre réseau

Il n'y a rien de pire que de se connecter à votre compte Facebook, de cliquer sur votre liste d'amis et de voir la phrase : « Aucun ami » ! C'est un affront et cela n'engagera que très peu de personnes à le devenir. Il est donc important d'ajouter très rapidement des amis.

Commencez par des personnes que vous connaissez déjà. Il faut que votre liste soit très vite peuplée. Pour ce faire ; vous pouvez autoriser Facebook à rechercher des amis parmi vos contacts sur Gmail, MSN, AOL et YAHOO.

Vous pouvez également importer vos contacts à l'aide d'un fichier CSV (Excel) en cliquant tout simplement sur l'onglet « amis » présent dans le menu haut (sans sélectionner de sous-menus), puis à côté de « Retrouvez des amis via leur adresse électronique » cliquez sur « Télécharger un fichier de contacts ».

La fenêtre suivante s'ouvrira :

Nous pouvons vous aider à retrouver vos amis

Sur Facebook, vos « amis » sont les connaissances, les amis et les membres de votre famille avec qui vous communiquez déjà dans la vie. Vous pouvez utiliser les outils de cette page pour rechercher plus d'amis.

 **Retrouvez des amis via leur adresse électronique**

Utiliser des contacts de service en ligne

La recherche parmi les contacts de votre compte de messagerie est le moyen le plus rapide de retrouver vos amis sur Facebook.

Microsoft Outlook 2000 ou supérieur (hors Outlook Express)

Facebook peut trouver automatiquement les contacts de votre carnet d'adresses qui utilisent Facebook :

1. Cliquez sur **Contacts Outlook** ci-dessous.
2. Télécharger et ouvrir l'application Facebook.
3. Si un programme de sécurité vous le demande, attribuez un accès au programme « facebook.exe ».
4. Patientez quelques instants, la recherche de vos amis est en cours.

Contacts Outlook

Remarque : il se peut que cela ne fonctionne pas si vous n'êtes pas connecté comme administrateur (nous comptons pouvoir prochainement proposer une solution).

Microsoft Outlook Express, Thunderbird, Apple Mail, etc.

Téléchargez un fichier de contacts et nous vous dirons lesquels sont déjà sur Facebook.
Créer un fichier de contacts...

Fichier de contacts :

Parcourir...

Rechercher des amis



À la Découverte du Marketing Communautaire

Voilà une manière de savoir qui est déjà présent sur Facebook mais aussi de créer rapidement une liste d'amis. Si Facebook trouve des personnes présentes sur le réseau, il vous proposera de leur envoyer un message personnalisé. Néanmoins, Facebook envoie un message par défaut si vous ne souhaitez pas le personnaliser.

Une fois vos carnets d'adresses exploités, vous pouvez aussi prendre en considération les autres sites de réseautages sur lesquels vous êtes déjà inscrits.

Prévoyez plusieurs messages sur un bloc note, afin qu'ils soient faciles à retrouver et à utiliser. Vous avez besoin de messages différents.

Un premier pourrait dire :

« J'ai fait votre connaissance sur le forum untel ou le réseau untel et je souhaitai vous ajouter à ma liste d'amis sur Facebook afin de pouvoir suivre votre actualité qui me semble toujours très intéressante. »

Un autre pourrait dire :

« Je sais que vous ne me connaissez pas personnellement, mais je vois que nous avons un ami en commun, XXX, de ce fait je souhaitai vous ajouter à mon cercle d'amis. »

Recherchez toutes les personnes que vous connaissez par le biais de tous les autres sites : réseaux sociaux, favoris sociaux, micro blogs tels que [Twitter](#), Forum et même les personnes dont vous visitez souvent les blogs.

Envisagez également d'ajouter d'autres marketers Internet, même ceux qui sont dans le même type d'activité que vous.

Ensuite, vous pouvez utiliser les fonctionnalités de recherche pour trouver des gens de votre région ou des personnes qui partagent les mêmes centres d'intérêt. Il vous suffit de les ajouter même si vous n'avez jamais eu de contact avec ces personnes.

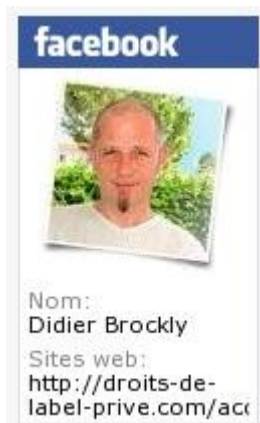
Regardez également les amis de vos amis. C'est un excellent moyen de développer votre réseau, eh oui, la chose que vous avez en commun c'est le même ami.

N'oubliez pas que chaque personne que vous ajoutez est un client potentiel, un client, un partenaire ou un futur associé et pour toutes ces raisons, vous souhaitez par-dessus tout que votre réseau grandisse le plus possible.

Utilisez vos sites et blogs pour trouver de nouveaux amis, il suffit pour cela d'y publier votre badge Facebook.



À la Découverte du Marketing Communautaire



Pour créer votre badge, rendez-vous sur la section « profil » de votre compte Facebook et recherchez la phrase : « créer un badge de profil ».

Téléchargez ensuite le code généré et placez-le sur vos pages, là où vous souhaitez le faire apparaître.

Les visiteurs qui cliqueront dessus arriveront directement sur votre page Facebook et pourront vous ajouter très facilement à leur liste d'amis.



Comment obtenir 500 amis en 30 jours ?

Si vous n'avez pas d'amis à votre liste d'amis, ou si vous ne voulez pas en ajouter, votre présence sur un site de réseau social semble plutôt inutile.

Sur Facebook, vous pouvez être une « superstar ». Je devrais plutôt dire un « leader », comme vous comptez vous servir de ce service pour accroître vos affaires, il semble évident que vous souhaitez devenir un « leader » ou une « superstar ». Vous pourrez atteindre ce statut en 30 jours seulement, mais cela demandera un peu d'investissement de votre part.

Notez avant toute chose qu'avoir moins de 200 amis n'est pas grave. En fait, c'est catastrophique. Si vous voulez que les gens viennent à vous, il vous faut être « populaire » et vous ne serez considéré comme « populaire » sur Facebook qu'en ayant au moins 500 amis. Vous serez considéré comme une célébrité si vous avez entre 500 à 1000 amis.

Comme je vous le disais, concentrons-nous à atteindre tout d'abord les 500 amis. Cet objectif franchit, vous serez comment faire pour atteindre la suite, surtout que d'autres s'ajouteront d'eux-mêmes.

Un petit conseil au passage, n'utilisez pas des applications ou des logiciels qui recherchent pour vous de nouveaux amis et qui les ajoutent automatiquement. Préférez les trouver vous-mêmes, même si cela peut sembler fastidieux, vous verrez, que ce n'est pas aussi difficile que cela. Cela vous permet aussi d'avoir des personnes qui échangeront avec vous dans votre langue et non pas des personnes des quatre coins du monde, qui ne pourront rien échanger avec vous.

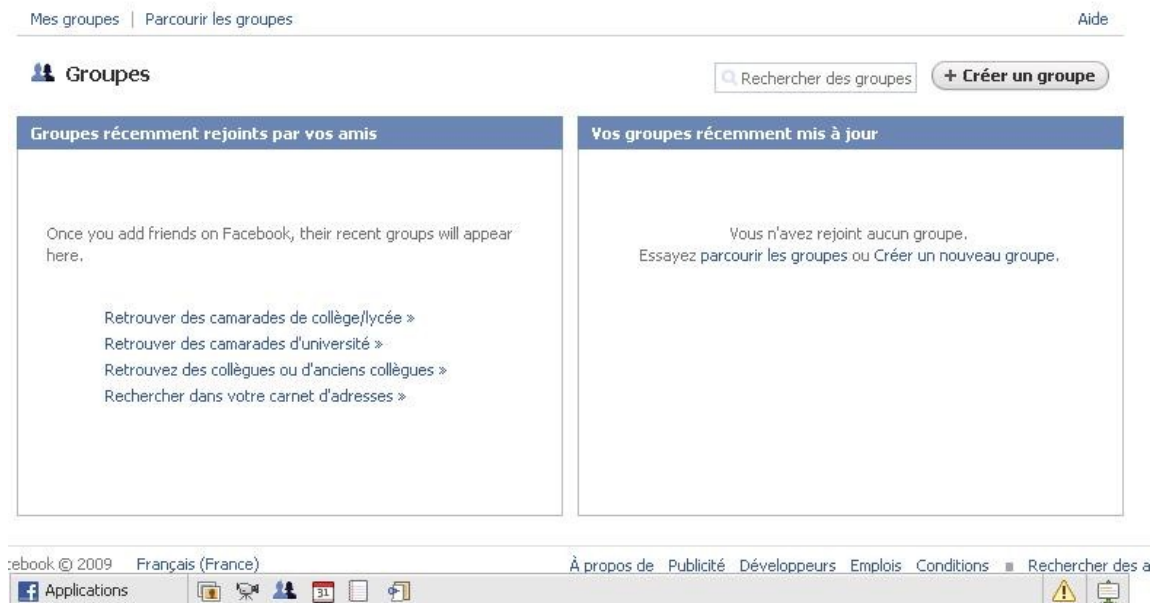


La première chose à faire est de rejoindre des « groupes ».

Il suffit de vous rendre au bas de votre page internet pour trouver cette barre d'outils. Cliquez sur l'icône des groupes (entouré dans l'image ci-dessus) pour que s'ouvre cette fenêtre :



À la Découverte du Marketing Communautaire



Tant que vous n'avez pas d'amis, cela semble bien vide. Mais ensuite, les groupes seront automatiquement suggérés sur la partie de gauche de cette fenêtre. L'autre partie correspondant aux groupes que vous avez déjà rejoints.

La première chose à faire est de rechercher quelques groupes auxquels participer.

Faites une première recherche sur un thème, marketing Internet, e business... par exemple. Regardez les groupes présents et rejoignez les groupes qui vous semblent intéressants.

Ajoutez chacun des membres présents dans ces groupes à votre liste d'amis. Tous ne donneront pas suite, mais certains oui.

Joignez vous également à d'autres causes, pas seulement aux groupes traitant de votre niche de marché ou de marketing Internet. Ces causes permettront d'appuyer votre côté humain et de souligner des préoccupations autres qu'uniquement votre business.

Vous pouvez également créer des groupes, sur les thèmes que vous souhaitez. Vous pouvez par exemple créer un groupe sur votre produit ou service. Mais ceci n'est efficace que lorsque vous avez déjà des amis, car Facebook diffusera à vos amis le groupe que venez de créer, mais il le diffusera également aux amis de vos amis.

Vous comprenez maintenant l'intérêt d'avoir une liste d'amis et si possible, la plus grande possible, car elle vous apportera en permanence des nouveaux contacts quoi que vous entrepreniez.



Un dernier mot

Tout ceci peut vous prendre un peu de temps, mais inviter une trentaine de personnes par jour, pendant 30 jours, devrait vous amener assez facilement 200 à 300 amis et l'effort sera payant.

N'oubliez pas d'ajouter de nouveaux amis en permanence.

Facebook vous suggère régulièrement de nouveaux amis et des nouveaux groupes à rejoindre. Profitez-en, allez également visiter le profil des amis de vos amis, ils peuvent avoir des centres d'intérêt communs avec vous ou ils peuvent tout simplement s'intéresser à vous ou à vos activités.

Étudions à présent les possibilités offertes en matière de marketing par Facebook avec notre second guide que vous pouvez télécharger à cette adresse :

<http://www.edition-virale.com/fb-marketing-2/>

À tout de suite...

L'équipe d'Édition Virale
<http://edition-virale.com>

N'hésitez pas à nous contacter : contact@edition-virale.com